

Секция II для магистрантов ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА И ОБРАЗОВАНИЯ

В. М. Бастриков

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ ИЕРАРХИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНИМАНИЕМ

Аннотация: визуальная иерархия в графическом дизайне — это основной фактор при выстраивании взаимодействия между дизайном и человеком, который контактирует с графическим продуктом. Дизайнер как сценарист проектирует и продумывает путь для потребителя при помощи средств, которые организуют визуальную иерархию в макете.

Ключевые слова: иерархия, дизайн, графический дизайн, визуальная иерархия, композиция, цвет, близость, размер.

V. M. Bastrikov

*Ural Federal University
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin
Yekaterinburg*

USING THE VISUAL HIERARCHY IN A GRAPHIC DESIGN TO MANAGE ATTENTION

Abstract: the visual hierarchy in graphic design is the main factor in building the interaction between design and the person who is in contact with the graphic

product. The designer, as a screenwriter, designs and thinks out the way for the consumer with the help of tools that organize the visual hierarchy in the layout.

Keywords: hierarchy, design, graphic design, visual hierarchy, composition, color, proximity, size.

Введение. Визуальная иерархия в графическом дизайне определяет, какие элементы будут захватывать внимание потребителя дизайна и направлять его последовательно к блокам от главного до второстепенного. Важно понимать, что не существует универсального решения для выстраивания визуальной иерархии. Оно зависит от целей, задач и контента, который будет использоваться.

Цель работы — выявление и анализ главных принципов, при помощи которых создается визуальная иерархия в продуктах графического дизайна. Данное исследование имеет хорошую степень актуальности, так как большое количество научных статей детально не раскрывают идею визуальной иерархии, а только дают вводную и общую информацию. Помимо научных статей в интернет-ресурсах находится огромное количество исследований практикующих дизайнеров, которые собирают основные тезисы и кратко описывают их.

Данную тему проанализировала И. Бурштейн из компании Tilda Publishing. Она приводит основные принципы построения иерархии сайта и показывает сценарии их разработки. Статья этого автора актуальна, потому что представляет для начинающих специалистов приблизительный подход к проектированию. В 2018 г. Б. Санду в статье “How to Effectively Use Visual Hierarchy in Web Design” рассмотрел использование визуальной иерархии с точки зрения психологии того, как пользователь воспринимает информацию на конкретных примерах.

Основная часть. В общем смысле *visual hierarchy* (рус.: визуальная иерархия) — это последовательность обработки информации в порядке важности. Если спроецировать этот термин на область графического дизайна, то можно описать его как фокусировку внимания потребителя на наиболее важных деталях макета и организацию группировки контента по смыслу. Данный термин переведен и проанализирован из статьи “How to Use Visual Hierarchy in Web Design”. В процессе проектирования графического носителя следует

учитывать приоритетность тех или иных блоков с точки зрения важности — от самого важного до наименее важных. Степень важности определяется целями и задачами проектирования, что способствует более эффективному освоению нового материала потребителем. Хорошо построенная иерархия в макете позволяет быстрее понять, что от нас хотят за счет того, что элементы смысловых блоков правильно сгруппированы.

Достаточно простым, но наглядным примером является иерархия заголовков HTML-кода — от уровня H1 до уровня H6. Первый заголовок является самым большим, так как наиболее важен, чем заголовок шестого уровня.

Из двух представленных примеров наиболее удобным и понятным является тот, в котором размер определяется значением. Очевидно, что первый вариант наиболее удобен для понимания приоритетности информации.

В графическом дизайне простые принципы помогают выстраивать грамотную визуальную иерархию. Если еще раз посмотреть на пример выше, то мы увидим, что размер является ключевым принципом в определении визуальной иерархии заголовков, который отличал, например, заголовок первого уровня от заголовка второго.

Размер. А. Н. Мудров пишет, что размер представлен как выражение абсолютной величины формы. Эта величина ни с чем не сравнивается. Она оценивается просто, как большая или малая. В различных ситуациях размер является некоей абстрактной единицей (x), включаемой в ту или иную систему. Очевидно, что наиболее крупный объект в макете привлекает больше внимания потребителя. Чем больше элемент, тем большее значение и больший вес он имеет. Это позволяет и правильно выделять блоки, и считывать информацию.

Цвет. Цвет — это важный инструмент в определении визуальной иерархии, который позволяет привлекать внимание и акцентировать его на более важных блоках в дизайне. Сами цвета имеют свою иерархию, основанную на том, как они способны акцентировать на себе внимание. Насыщенные цвета, такие как красный или чер-

ный, привлекают больше внимания, а светлые, такие как белый и желтый, делают это в меньшей степени.

Управление движением взгляда потребителя. Во всех культурах люди читают и воспринимают информацию сверху вниз и в большинстве культур — слева направо. Это также стоит учитывать при проектировании графического носителя любого формата или разрешения.

Последние исследования и личный опыт показывают, что прежде, чем приступить к чтению, люди сканируют страницу, чтобы понять, интересна она или нет. Узоры сканирования обычно принимают одну из двух форм: буквы «F» или «Z». Схема «F», как правило, работает на макетах с большим количеством текста. Якоб Нильсен, провел исследование удобочитаемости, основанное на наблюдении за 232 пользователями, сканирующими тысячи веб-сайтов, и подвел итоги в коротких тезисах:

- пользователи редко будут читать каждое слово;
- первые два блока являются самыми важными и должны содержать то, что зацепит потребителя;
- такие блоки необходимо начинать с ключевых слов, которые привлекут внимание.

Схема «Z» больше подходит для плакатов и носителей с небольшим количеством текста. Визуальное движение по данной схеме обеспечивает ясное считывание всей информации, например: левый верхний угол — место для логотипа, справа — дата и время мероприятия, а ниже по пути взгляда — основные блоки с информацией.

Графические носители чаще всего создаются при помощи вертикальных и горизонтальных линий, что упрощает восприятие информации. В таких макетах имеется еще один вариант установления визуальной иерархии — сломать сетку. Элементы, расположенные по кривой или по диагонали, будут автоматически выделяться среди остальных элементов, расположенных по сетке.

Пространство и плотность. Современный дизайн отличается минимализмом, и дизайнер активно использует пространство вокруг элементов, чтобы привлечь внимание и выстроить иерархию в макете. Часто пространство называют «белым», хотя цвет — не обязательное условие. Это могут быть как текстура, так и фон

любого оттенка, главное, чтобы в области не было никакого контента. Данные пробелы не следует воспринимать как пустое место, это в каком-то смысле «клей», который соединяет элементы на странице.

Макропространство. Данным термином называют пробелы между основными элементами веб-страницы и пространство вокруг каждой детали.

Микропространство. Это небольшие промежутки внутри элемента: межстрочные интервалы в тексте, промежутки между картинками, разделители и пр.

Использование того или иного варианта зависит от количества контента на макете и общей стилистики проекта. Например, для новостных сайтов важно построение блоков для облегчения читабельности статей, а для лендингов и интернет-магазинов — возможность привлечь внимание к продукту.

Вертикальный ритм и группировка. В большинстве случаев это требование относится к веб-дизайну и к носителям графического дизайна. Отношение заголовка к контенту, отступы между блоками позволяют пользователю легко ориентироваться в информации и в отношении контента друг к другу по смыслу.

Вертикальный ритм, концепция, используемая в основном в веб-дизайне, так как контент располагается вертикально. Ритм используется для сохранения вертикального пространства между элементами, согласованными друг с другом.

Отделение логических блоков с информацией по микротемам одинаковыми отступами сверху и снизу между такими блоками позволяет легко воспринимать информацию и создавать единую стилевую структуру оформления. Информация не сливается на макете и не идет обычными поточными блоками сверху вниз. В итоге на макете легко ориентироваться читателю, верстка контента реализуется в едином стиле, смотрится гармонично и профессионально.

Заключение. Ряд средств визуальной иерархии — размер, цвет, пространство и плотность, и др. — способствуют более эффективному контакту потребителя с продуктом дизайна. Представляется, что учет этих принципов является важным элементом в деятельности дизайнера на современном этапе.